

BAB V

PENUTUP

V.1. Kesimpulan

Dalam kesimpulan ini disimpulkan bahwa negosiasi identitas etnik antara pedagang etnis Madura dan etnis Tionghoa sangat baik seperti perasaan di pahami, keduanya terus melakukan interaksi untuk terus memahami perbedaan budaya dan latar belakang budaya satu sama lain. Selanjutnya adalah perasaan dihormati, pedagang etnis Madura dan etnis Tionghoa mencoba menghormati masyarakat sekitar dengan meminta ijin untuk berdagang didepan toko pedagang etnis Tionghoa. pedagang etnis Tionghoa pun memberikan ijin dan ikut menguntungkan pedagang etnis Madura juga. Terakhir adalah perasaan diterima nilai bedanya yakni menguatkan secara positif dan menerima perbedaan. Pedagang etnis Madura memiliki kemampuan etos kerja yang baik namun tidak tahu cara berdagang yang baik. Sedangkan pedagang etnis Tionghoa memiliki kemampuan di bidang ekonomi, sehingga tokonya sellau ramai dan pedagang etnis Tionghoa juga sangat menomor satukan pelayanan kepada konsumen.

Begitu pula etnis Madura yang seharusnya lebih ekstra dalam mempelajari dan memahami komunikasi di kawasan yang banyak beretnis Tionghoa. Karena dengan adanya pemahaman itulah, hubungan yang baik akan tercipta diantara keduanya. Disini para pedagang memahami masing-masing karakter serta mampu bernegosiasi dengan interaksi yang intens dan keadaan yang tidak bisa dihindari.

Terdapat 10 asumsi Ting-Toomey yang juga berpengaruh pada dua konsep teori Negosiasi Identitas, yaitu *Primary Identity Domain Theory* (*Culture Identity, Ethnic Identity, Gender Identity dan Personal Identity*) dan *Situational Identity Theory* (*Role Identity, Relational Identity, Facework Identity, Symbolic Interaction Identity*). Identitas pedagang etnis Madura ditunjukkan pada cara bahasa dan logatnya yang khas sedangkan etnis Tionghoa ditunjukkan dengan adanya pernak-pernik sewaktu hari besar *Imlek* atau ada ‘Kucing Hokie’ yang berada di tokoya. Kedua etnis ini cenderung bersikap layaknya masyarakat biasa dengan berperilaku sopan dan berpakaian selayaknya. Kedua etnis tersebut berupaya untuk menegosiasikan identitasnya didalam masyarakat yang beragam dengan melakukan starteginya masing-masing. Pedagang etnis Madura dan etnis Tionghoa menjalin hubungan positif dengan masyarakat tetapi tetap mempertahankan identitasnya. Hal tersebut terbukti dari keaktifan keduanya melakukan kegiatan-kegiatan sosial seperti membagi makanan atau memesan makanan atau barang, walaupun beda yang dijual tetapi keduanya tetap bisa saling menguntungkan.

V.2. Saran

Bagi mahasiswa/i yang akan melakukan penelitian komunikasi antarbudaya, diharapkan dapat menggali informasi lebih dalam menggunakan dasar model komunikasi antarbudaya, untuk melengkapi penelitian yang telah dilakukan oleh penulis. Untuk penelitian selanjutnya, juga dapat mengambil objek dan subyek yang berbeda agar penelitian menjadi lebih beragam. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih sangat sederhana dan jauh dari kata kesempurnaan. Namun, penulis berharap tulisan ini bisa menjadi referensi awak bagi siapa pun yang mempunyai keinginan untuk melakukan penelitian berkaitan dengan proses komunikasi antaretnis, antar ras ataupun antarbudaya.

DAFTAR PUSTAKA**BUKU**

Andjarwati. Noorjanah. 2004. *Komunitas Tionghoa di Surabaya*.

Semarang: Messias.

Latief, Wiyata. 2012. *Mencari Madura*. Jakarta: Bidik-Phronesis Publishing.

Liliweri, Alo. 2004. *Dasar-Dasar Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta:

Pustaka Pelajar.

Littlejohn , Stephen. W. (ed.9) 2009. *Teori Komunikasi (Theories Of Human Communication)*. Jakarta: Salemba Humanika.

Mulyana, Deddy; Rakhmat, Jalaluddin.2001. *Komunikasi Antarbudaya (Panduan Berkomunikasi Dengan Orang-Orang Berbeda Budaya)*.Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. (ed.8) 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung:

PT. Remaja Rosdakarya.

Moleong J. Lexy. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung:

PT. Remaja Rosdakarya.

Rakhmat, Jalaluddin. 2012. *Psikologi Komunikasi*.

Bandung: Remaja Rosdakarya.

Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*.

Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.

Bandung: Alfabeta.

Tan, Mely G. (ed). 1979. *Golongan Etnis Tionghoa di Indonesia*. Jakarta:

Gramedia.

Toomey, Stella Ting. 1999. *Communicating Across Cultures*. New York:

The Guilford Press.

Yin, Robert. 2004. *Studi Kasus dan Metode*. Jakarta: PT.RajaGrafindo.

JURNAL

Mahendra, Angga. 2017. “Komunikasi Antaretnik Pada Masyarakat Multietnik Dalam Kehidupan Bertetangga di Kawasan Sunan Ampel Surabaya dalam Kehidupan Bertetangga”, diakses tanggal 10/09/17 pada pukul 19.00 WIB.

Soedarso, Muchammad Nurif, Sutikno dan Windia. 2013. “Dinamika Masyarakat Multikultural”, diakses tanggal 12/09/17 pada pukul 20.00 WIB.

SKRIPSI

Putri, Diandra Agin Zelika. 2015. Strategi Komunikasi Antarbudaya Dalam Meminimalkan Potensi Konflik Antara Pedagang Etnis Madura dan Etnis Tionghoa di Pasar Pabean Surabaya.

Murfia, Isti. 2014. Negosiasi Identitas Kultural Tionghoa Muslim dan Kelompok Etnis Dalam Interaksi Antarbudaya.

WEBSITE

http://www.bbc.com/indonesia/berita_indonesia/2015/02/150219_lasem_tol_eransi, diakses 23/11/17 pada pukul 19.00 WIB.

www.surabaya.go.id, diakses tanggal 17/09/17 pada pukul 19.00 WIB.

<http://erawisata.com/kya-kya-kembang-jepun/>, diakses tanggal 18/09/17 pada pukul 18.00 WIB.